

تأهيل القطاع الفندقي سياسة لتحسين مردودية القطاع السياحي

Rehabilitation of the Hotel Sector Policy to Improve the Profitability of the Tourism Sector

د. بلعابد نجة

جامعة طاهري محمد، بشار
belabed_nadjet@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2019/11/29

د. زاوي شهرزاد

جامعة طاهري محمد، بشار
zaoui_bechar@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2019/02/13

الملخص: تعد صناعة الفنادق أحد المقومات الرئيسية لجذب القطاع السياحي، وتعتبر من الخدمات الأساسية التي يحتاجها السائح خلال رحلته في البلد المضيف، والجزائر كغيرها من العديد من الدول، تسعى لتطوير إيراداتها من القطاع السياحي، في ظل تراجع الإيرادات النفطية، لذلك يهدف البحث إلى دراسة وتحليل عرض الخدمات الفندقية، مع التطرق لأهم العراقيل لعملية تطورها، والتي تحول دون الطريق نحو إستراتيجية ناجحة للتنمية السياحية. وباستعمال المنهج الوصفي التحليلي، خلصت النتائج إلى المركز المتدني للسياحة الجزائرية والخدمات الفندقية مقارنة مع البلدان المجاورة، بسبب العراقيل التي يعاني منها القطاع سواء في مجال توفر الخدمات الفندقية، أو مستوى انجاز المرافق اللازمة، ضعف الاستثمار والوعي السياحي...
الكلمات المفتاحية: تأهيل، خدمات فندقية، قطاع سياحي، مردودية، الجزائر.

Abstract: The hotel industry is one of the main factors to attract the tourism sector, and it is one of the basic services needed by the tourist during his trip in the host country. Algeria, like many other countries, is seeking to develop its revenues from the tourism sector in light of declining oil revenues. Therefore, the study aims to study and analyze the offer of hotel services, while addressing the most important obstacles to the development process, which prevent the road to a successful tourism development strategy.

Using the analytical descriptive approach, the results reached the low status of Algerian tourism and hotel services compared with neighboring countries, due to the obstacles experienced by the sector in terms of the availability of hotel services, the level of completion of the necessary facilities, Weak investment and tourism awareness.

Keywords: Rehabilitation, Hotel services, Tourism sector, Profitability, Algeria.

JEL Classification: L83, M2, O1

مرسل المقال: د.زاوي شهرزاد (zaoui_bechar@yahoo.fr).

المقدمة:

تطورت صناعة السياحة تطورا هائلا في وقتنا الحالي، وازداد اعتماد اقتصادها اعتمادا كبيرا، نتيجة للأهمية الإيجابية لها في التنمية الاقتصادية الشاملة للبلاد، فبعدما كان يقتصر مفهومها على أنها شكل من أشكال الاستجمام وقضاء وقت الفراغ، مؤخرا ارتأت كثير من الدول في السياحة بديلا جديدا للنهوض باقتصاداتها ومحركا سريعا لتطورها، بل أكثر من ذلك اعتبرتها الصناعة الأولى في العالم والمخرج المناسب للعديد من المشكلات القومية، خاصة بعدما حققت الدول النامية التي سبقت في انتهاجها والنتائج الإيجابية التي حققتها على مختلف الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية والعمرانية، وجعلتها في مصاف الدول المتقدمة بعدما تغلبت على مشكل عجزها التجاري وتحقيق إيرادات على مستوى عال. وتعتبر صناعة الفنادق من الصناعات الحيوية في اقتصاديات الدول، وهي صناعة أساسية تكميلية وركنا أساسيا من أركان صناعة السياحة، نظرا لما تقدمه من خدمات وعامل جذب للسياح، فالسائح الذي يجد راحة وسهولة في الإيواء، فقد يشجعه ذلك للبقاء لأطول مدة ممكنة. وبالتالي إنفاق أكثر، فكل ليلة يمكنها السائح في الفندق تعتبر بمثابة دخلا للفندق، والدخل الناتج عن الاستفادة من خدمات الإيواء والطعام والشراب وغيرها من الخدمات المقدمة في الفندق، تعتبر هي الأخرى دخلا لعمال كأجور المشتركين في توفير هذه الخدمات من موردين وعمال صيانة وغيرهم، وينتقل هذا الدخل إلى أكثر من مؤسسة خدمية ليتضاعف في كل مرة. وهذا ما يطلق عليه المضاعف السياحي (حميد عبد النبي الطائي، 2006)، وبذلك تتحول خدمة الإيواء إلى خدمة وظيفية في ميدان الاقتصاد الوطني، نتيجة للأموال التي تضخها، ولكونها وسيلة للحصول على الأموال والعملية الصعبة اللازمة لتنفيذ الخطط التنموية الشاملة في البلد المضيف، وحسب ما توصلت إليه بعض الدراسات في المجال السياحي أن الإنفاق على الخدمات الفندقية تستحوذ على نصيب الأسد من ميزانية السائح، حيث تبين أن الفرد الذي يزور دولة ما، ينفق ما يقارب 31.99% من ميزانيته على الفنادق والخدمات الفندقية (محمد أمين محي الدين السيد علي، 1998)، وهي نسبة مهمة في إيرادات القطاع السياحي. والجزائر كغيرها من العديد من الدول التي تسعى لتطوير إيراداتها من القطاع السياحي، في الفترة التي تعرف تراجعها مهما في إيرادات قطاع النفط، ونظرا للأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في التنمية، سيكون الإشكال المعالج في هذا البحث: ما واقع السياحة، والخدمات الفندقية بالجزائر، وما أهم التحديات التي تعاني منها والتي لها أثر على السياحة الجزائرية؟ واعتمادا على المنهج الوصفي التحليلي لإضفاء صورة متكاملة عن الموضوع، سنحاول إبراز واقع السياحة والخدمات الفندقية بالجزائر، والتطرق لأهم التحديات التي يعاني منها القطاع الفندقية، وكيفية تفاديها بالاستراتيجيات التي من شأنها تحقق جذبا نوعيا وكميا في عدد السياح، والإنفاقات السياحية التي تؤدي بدورها للرفع من مداخيل القطاع السياحي الجزائري مما يؤول إلى التنمية السياحية للبلاد.

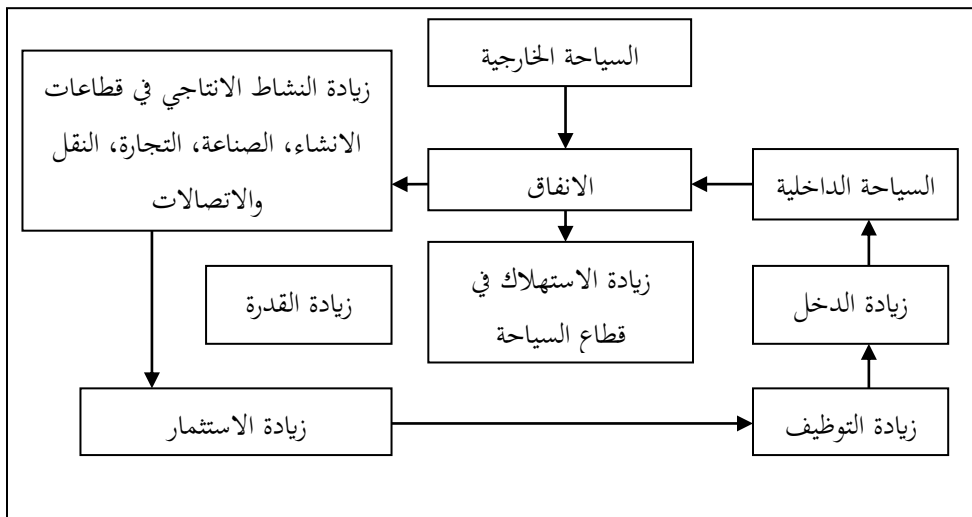
لذلك ارتأينا أن نتطرق من خلال هذا البحث إلى:

- المساهمة المتدنية للقطاع السياحي في الاقتصاد القومي للبلاد.
- تقييم القطاع الفندقية في الجزائر والوقوف على أهم التحديات وكيفية مجابتها.

1. المساهمة المتدنية للقطاع السياحي في الاقتصاد القومي للبلاد.

السياحة يمكن أن تساهم إلى حد كبير في الاقتصادات المحلية من خلال الآثار المضاعفة، عندما يتم حقن عائدات السياحة في الاقتصادات المحلية. ويجذب الاستثمارات في البنية التحتية، ويحسن نوعية الخدمات، ونوعية الحياة للمقيمين والسياح في الوجهات السياحية، وبالتالي هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام (Mustafa Akal, 2010). وتنبع الأهمية الاقتصادية للسياحة في القيمة الاقتصادية للتجارة في الخدمات السياحية والخدمات التكميلية لها، والتي تظهر من خلال اثر الإيرادات الناتجة عن الإنفاق السياحي على مجموع الخدمات السياحية المستهلكة من طرف السياح المحليين والدوليين خلال رحلتهم السياحية.

الشكل رقم 01: دورة الإنفاق السياحي.



المصدر: منى بنت حامد ابراهيم حامد موسى، دراسة مستوى إنفاق الاسرة السعودية على خدمات السياحة الترفيهية وعلاقته بتخطيط موردها المالي، اطروحة دكتوراة في الاقتصاد المنزلي، المملكة العربية السعودية: جامعة الملك عبد العزيز، 2005، ص 96. كما يمكن قياس الأثر الاقتصادي للسياحة على البلد المضيف من خلال دراسة تأثيره على المؤشرات التالية: الدخل القومي، حجم الاستثمارات، العمالة، دعم ميزان المدفوعات.

1.1. مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي:

أ. المساهمة المباشرة بدون أثر مضاعف: يمكن قياس مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد القومي للجزائر بمساهمته في الناتج المحلي الاجمالي PIB، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 01: تطور المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي 2015 – 2017.

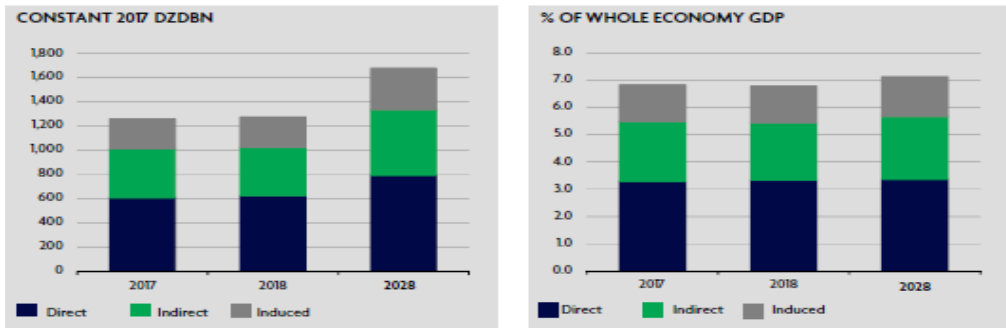
السنة	2015	2016	2017
مساهمة القطاع السياحي في PIB (%)	1.3	1.4	1.6

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2018.

من خلال الجدول يتضح أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي بشكل عام عرفت تزايداً من سنة 2015 إلى سنة 2017، إلا أن مساهمتها بشكل عام كانت جد ضئيلة لا تتعدى 1.6%. والملفت للانتباه أنها تتزايد بنسب نمو قليلة، حيث كانت نسبة التزايد من سنة 2015 إلى سنة 2017 لم تتجاوز 0.3%، وهذا راجع لانخفاض الإنفاق السياحي بشكل عام وانخفاض الطلب السياحي بشكل خاص.

ب. المساهمة غير المباشرة مع المضاعف: تتمثل في المساهمة الناجمة عن القطاعات المنشأة من خلال إنفاق الدخول والأجور المتأتية عن القطاع السياحي، وقد أشارت دراسة أعدتها المنظمة العالمية للسياحة عن المساهمة غير المباشرة على أنها قدرت بـ 3.5% في الناتج المحلي الإجمالي لسنة 2017، ومن المتوقع أن تصل إلى 4.4% لسنة 2018. هذه الزيادة تشمل الأثر غير المباشر والأثر المستحث¹، وهي مساهمة جد ضعيفة مقارنة بتونس والمغرب (المساهمة الإجمالية في GDP، 7.1% و 10.4% على التوالي)، ويوضح الشكل (02) تطور المساهمة غير المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي (Travel and Tourism Economic Impact, 2018).

الشكل رقم 02: تطور المساهمة غير المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي 2017.



Source: Travel and Tourism Economic Impact 2018 Algeria, World Travel and Tourism Council, P03.

2.1. مساهمة القطاع السياحي في الاستثمارات: إن رغبة التوسع في الطلب السياحي وحجم السياحة الدولية والمحلية يؤدي لتغيير مماثل في نوعية وأبعاد مختلف المنشآت السياحية والخدمات السياحية، والذي يعتمد أساساً على نمو وزيادة مستوى الاستثمارات بشق أنواعها، فنادق، مطارات، البنية الأساسية والعامة والخاصة اللازمة للنشاط السياحي، لأنها صناعة مركبة تتطلب استثمارات متعددة.

إن الحكومة والسلطات المختصة تسعى للزيادة والنمو في الاستثمار السياحي الجزائري، الذي من شأنه أن يخلق المنافسة التي ستؤدي إلى استقرار الأسعار والجودة في الخدمات المقدمة لإعطاء السائح والمواطن حرية الاختيار، وتقديم خدمات بأسعار تنافسية ملائمة وفي متناول مختلف شرائح المجتمع، لجلب أكبر قدر من السياح من أجل الحفاظ على أفضلية الوجهة السياحية الجزائرية.

وفي ذلك، بلغ حجم استثمارات القطاع السياحي الجزائري 1.8 بليون دولار (Travel and Tourism Economic Impact, 2018)، وهي نسبة جد قليلة مقارنة مع المغرب 4.1 بليون دولار (Travel and Tourism Economic Impact, 2018)، وتونس 8.3 بليون دولار لسنة 2017 (Travel and Tourism Economic Impact, 2018).

(Tourism Economic Impact, 2018)، مما يعبر عن تخوف القطاع الخاص وعدم ثقته في عوائد القطاع السياحي وعزوفه.

3.1. مساهمة القطاع السياحي في العمالة: السياحة نشاط خدمي يعتمد بشكل كبير على عنصر العمل، والعمل في النشاط السياحي ليس عنصر من عناصر الإنتاج فقط، وإنما هو جزء لا يتجزأ من المنتج النهائي السياحي. لذلك يلعب القطاع السياحي دورا مهما في امتصاص قدر كبير من العمالة، وهذا ما يجعله ذو أهمية كبيرة وفرصة متاحة للاقتصاد الجزائري الذي يمتاز بوفرة اليد العاملة، وفي نفس الوقت يعاني من ارتفاع معدلات البطالة في السنوات الأخيرة، والجدول التالي يبين المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في العمالة؛

الجدول رقم 02: تطور اليد العاملة المساهمة في القطاع السياحي - فنادق، مطاعم، مقاهي 2015-2017.

السنة	2015	2016	2017
عدد العمال	261289	265803	270317

وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2018. المصدر:

الجدول أعلاه يوضح أن مساهمة القطاع السياحي في التخفيض من نسبة البطالة في تزايد مستمر، رغم أن معدلات النمو كانت جد ضئيلة. وهذا بسبب انخفاض الإنفاق السياحي بالبلاد نتيجة أسباب أمنية وسياسية واقتصادية محلية ودولية، وضلت نسبة نمو العمالة في القطاع السياحي تتراوح بين نسبة 1,76% كحد أقصى و 1.7% كحد أدنى. وعلى الرغم مما تتميز به صناعة السياحة من أنها كثيفة العمل، إلا أننا نجد نسبة مساهمتها في اقتصاد العمالة الجزائري جد منخفض، مع العلم أن بيانات وزارة السياحة لم تأخذ في اعتبارها العمالة في القطاعات الاقتصادية الأخرى التي ينفق عليها السائحون، لكن تبقى دائما هذه المساهمة جد ضئيلة مقارنة بالدول الرائدة في المجال السياحي المجاورة إذ تقدر في المغرب بـ 1902500 عامل (Travel and Tourism economic impact, 2018)، كما يتيح القطاع السياحي أيضا فرص عمل غير مباشرة، التي يتم خلقها في القطاعات الأخرى المرتبطة بالقطاع السياحي مثل الزراعة والصناعات الغذائية والأثاث والبناء وغيرها.

ومن ناحية أخرى يترتب على إنفاق العمالة المباشرة وغير المباشرة على شراء السلع والخدمات المختلفة التي تعمل على توليد فرص عمل جديدة نتيجة الأثر المستحث، فكل غرفة فندقية جديدة تخلق إلى 10 فرص عمل في القطاع السياحي (World Tourism Organization, 2018)، بالإضافة إلى خلق فرص عمل غير مباشرة في القطاعات الأخرى، حيث تقدر العمالة غير المباشرة (الأثر غير المباشر + الأثر المستحث) في الجزائر بـ 678500 عامل لسنة 2017 (Travel and Tourism economic impact, 2018).

4.1. مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات: يعتبر القطاع السياحي مصدرا هاما للعملة الصعبة خاصة في حالة انخفاض المصادر الأخرى عن جلب العملة الأجنبية، مثل انخفاض عائدات البترول، ويوضح الجدول التالي تطور مساهمة القطاع السياحي في توفير العملة الصعبة للفترة 2015-2017.

الجدول رقم 03: تطور مساهمة القطاع السياحي في توفير العملة الصعبة 2005-2011 (مليون دولار).

السنة	2015	2016	2017
الإيرادات	304	209	140.5
النفقات	677	475	580
صافي ميزان السفر	373-	266-	439,5-

المصدر: معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2018.

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن مساهمة القطاع السياحي في جلب العملة الصعبة في انخفاض كبير، وهذا راجع لانخفاض الإنفاق السياح بالرغم من ارتفاع عدد السياح من 1 709 994 سائح سنة 2015 إلى 2450785 سائح سنة 2017، وتبقى هذه المساهمة ضعيفة مقارنة مع نفقات القطاع السياحي ونفقات السياح الجزائريين في رحلتهم خارج الوطن. مما ساهم في عجز دائم لميزان السياحة، إذ نلاحظ أن هذا الأخير في استمرار وانتقل من عجز قدره 373 مليون دولار سنة 2015 إلى عجز 439,5 مليون دولار سنة 2017، وهي قيمة ليست بالهينة ويجب التخفيض منها، والإشكال هنا هو كيف يمكن القضاء على هذا العجز؟

أكد أن الإجابة ستكون بزيادة حجم الطلب والإنفاق السياحي في الجزائر، بعبارة أدق يجب زيادة حجم الطلب على الخدمات الفندقية، وبذلك لا بد أن نبرز مدى تأثير العرض السياحي للخدمات الفندقية على تعظيم الطلب السياحي والإيرادات السياحية باعتبار الطلب السياحي المحرك الرئيسي في عملية التنمية السياحية.

2. تقييم القطاع الفندقية في الجزائر والوقوف على أهم التحديات:

تعتبر الفنادق السياحية من الأساسيات التي يحتاجها السائح خلال رحلته السياحية، والتي يجب أن تتوافق مع متطلبات السائح من حيث الخدمة والمستوى والمواصفات، وهذا يختلف حسب مداخل السياح، أجنبي، عربي، أو محلي، دولي... الخ، مما يؤدي بنا إلى أن نتساءل: هل العرض المتاح من الخدمات الفندقية يعد أمثلا لما هو مأمول من الطلب السياحي؟ هل هو مناسب لما تسعى إليه التنمية السياحية؟ هذا ما سيتم الإجابة عليه في هذا الجزء:

1.2. تحديات على مستوى ما هو متوفر من الخدمات الفندقية (مرافق الإقامة): يهدف هذا الجزء إلى محاولة تقييم المؤسسات التي تقدم الخدمات الفندقية بالجزائر من حيث درجة توفرها، ومستوى خدماتها، ومن ثم مدى تأثيرها في الحركة السياحية؛

أ. الطاقة الفندقية من حيث الكم: تتوزع الطاقة الفندقية في الجزائر مقارنة مع دول الجوار تونس والمغرب، مقدرة بعدد الغرف لسنة 2017 حسب الجدول التالي:

الجدول رقم 04: الطاقة الفندقية مقدرة بعدد الغرف مقارنة بدول الجوار تونس والمغرب سنة 2017.

الجزائر 2017 ⁽¹⁾	تونس لسنة 2016 ⁽²⁾	المغرب 2016 ⁽³⁾
عدد الأسرة-سرير	112264	242 624
الطلب السياحي - مليون سائح	2.45	10.33
عدد الليالي السياحية- مليون ليلة	7.4	19.25

⁽¹⁾ المصادر: ⁽¹⁾ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الجزائر، متوفرة على الموقع: www.mta.gov.dz.

⁽²⁾ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الجمهورية التونسية، متوفرة على الموقع: <http://www.tourisme.gov.tn>

⁽³⁾ وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، المملكة المغربية، متوفرة على الموقع:

<https://www.tourisme.gov.ma>

من خلال الجدول يتضح أن الجزائر تعاني من انخفاض في عدد مرافق الإيواء مقارنة مع تونس والمغرب، فلم يحظى القطاع السياحي بأهمية بالغة خلال مخططاته التنموية، خاصة من ناحية توزيع الاستثمارات، فكان يحتل دائما المراتب الأخيرة من حيث الأولويات، وكانت الإستراتيجية التنموية للجزائر موجهة كليا نحو المحروقات والمنتجات المصنعة.

ومن أجل تدارك التأخر الحاصل في هذا المجال، ونتيجة للنتائج غير المعتبرة المحققة في المخططات السابقة، عمدت الجزائر إلى وضع سياسة جديدة من شأنها تحسين وتثمين وجهة الجزائر السياحية، والتي تمثلت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية²، فقد حددت ضمنه جملة من الأهداف الواجب بلوغها من أجل تعزيز القدرة الإيوائية كما ونوعا.

الجدول رقم 05: الأهداف المراد بلوغها في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سنة 2015.

السنة	2007	2015
عدد السياح (مليون سائح)	1.7	2.5
عدد الأسرة (سرير)	84869 جودة عادية	75000 ذات جودة عالية
مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام %	1.7	3
الإيرادات السياحية مليون دولار أمريكي	215	1500 إلى 2000
مناصب الشغل	200000	400000
التكوين	51200	91600

Source: Schéma Directeur D'aménagement Touristique SDAT 2025, Le Plan Stratégique ;les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, Ministère d de l aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme , Livre 2 , 2008 , P 18.

ب. النتائج المحققة للمخطط: انخراط رأس المال الوطني الخاص في الاستثمار في قطاع السياحة والالتزام الذي يبديه، بالنظر إلى حجم الاستثمارات التي يتطلبها النشاط السياحي وطول مدة الحصول على الأرباح، مما يعبر عن الثقة في مستقبل السياحة بالجزائر، حيث شهدت عدد المشاريع الاستثمارية ارتفاعا مشهودا من 300 مشروع سياحي من

سنة 1999 إلى 2112 مشروع سياحي معتمد من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2018، وانجاز أكثر من 277 ألف سرير من بينها أكثر من 100 ألف سرير في طور الانجاز.

وحسب إحصائيات الوزارة، سيتم استلام ما يقارب سنويا ما بين 70 و 10 مشروع سياحي، حيث شهدت صائفة 2018 استلام 35 مؤسسة فندقية توفر أكثر من 5500 سرير، إضافة إلى 30 مؤسسة فندقية انتهت بها الأشغال وهي في طور التجهيز، كذلك يتضمن المجال الاستثماري السياحي 11 مشروع سياحي في إطار الشراكة مع الأجانب بطاقة استيعابية تقدر بـ 11.866 سرير، خصص من أجلها غلاف مالي يناهز 116.96 مليار دج حيث يتم تجسيدها مع مستثمرين من جنسيات مختلفة، وذلك في إطار الاستثمارات المختلطة، وهذا ما يعبر أن الإستراتيجية المنتهجة حققت جزء من أهدافها، يتوضح من خلال عدد المشاريع السياحية والمؤسسات الفندقية التي تفتح سنويا وعدد الوكالات السياحية التي هي في تزايد مستمر (www.eldjournhouria.dz, 2019).

ت. الطاقة الفندقية حسب الأصناف (النجوم): بالرغم من ارتفاع الطاقة الفندقية والتي ترجع للقطاع الخاص في الغالب بنسبة تفوق 77,62%، إلا أن هذه النسبة هل تحقق طاقة فندقية نوعية أم أنها شعبية تقليدية؟ هذا ما سيتم الإجابة عليه فيما يلي:

تنقسم وتصنف الفنادق في الجزائر إلى ستة أصناف، بدون تصنيف، نجمة واحدة، نجمتان، ثلاث نجومات، أربع نجومات، وخمس نجومات، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 06: توزيع الطاقة الفندقية حسب درجتها في الجزائر 2015-2017. عدد الأسرة

السنة	2015	2016	2017	النسبة المئوية
خمسة نجوم	4242	6734	6734	16.28
أربعة نجوم	1800	2810	4508	10.90
ثلاثة نجوم	5829	7045	5678	13.73
نجمتان	4605	4425	4565	11.04
نجمة	11295	11295	11335	27.41
بدون تصنيف	8533	8533	8533	20.63
المجموع	36304	40842	41353	100

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

يلاحظ أن هناك ارتفاع لعرض الخدمات الفندقية بشكل عام خلال فترة (2015-2017) من 36304 سرير لسنة 2015 إلى 41353 سرير لسنة 2017، إلا أن هذا الارتفاع كان بنسب قليلة جدا بالنسبة لثلاث سنوات، كما يجب الإشارة أن غالبية الأسرة ترجع إلى الفنادق الخارجة عن التصنيف وذات التصنيف الخامس (نجمة واحدة) بنسبة 20.63 %، و 27.41 % على التوالي، ثم تليها الفنادق ذات التصنيف الأول خمسة نجوم بنسبة مئوية 16.28 % والبقية للأصناف الأخرى، مما يشير إلى أن غالبية الفنادق ليست من النوع الراقي، وهذا يعني أن الجزائر تهتم بزيادة العرض للفئات ذات الدخل المحدود بشكل كبير وبنسبة أقل لفئة الدخل المرتفع والمتوسط.

كما أن هناك انخفاض في عدد الفنادق الممتازة المصنفة خلال الفترة، وبالمخصوص الفنادق التي تقع ضمن خمسة نجوم وأربعة نجوم مقارنة بعدد الفنادق غير المصنفة والتي تقع ضمن النجوم الأقل. وهذا بسبب عملية إعادة تصنيف الفنادق فتنتقل من درجات أعلى إلى درجات أقل، غير أنه كان من المعقول والمأمول حسب الإصلاحات التي قام بها القطاع أن ترقى معظمها إلى درجات أعلى حسب ما كان متوقع، وبالتالي هذا ما يعكس الحالة النوعية وجودة الخدمات المقدمة بها، كذلك عند تحليل الطلب على الخدمات الفندقية حسب الجنسية اتضح أن ذوي الجنسيات الأجنبية يرتفع طلبها على خدمات الإيواء في الفنادق ذات الدرجات الأعلى (ثلاث نجوم إلى خمسة نجوم)، أما الجنسيات العربية عموماً فتفضل الإقامة في الفنادق ذات الدرجة الأقل (نجمة ونجمتين وغير المصنفة)، وبذلك فإن التركيز على هذا التصنيف يعتبر غير مجدي، حيث يعتبر سبباً لعزوف وهروب السواح الأكثر إنفاقاً (السياحة الأجنبية)، ويعتبر هذا مؤشراً لضعف الخدمات الفندقية المقدمة بالجزائر، وله تأثير سلبي على السياحة الوافدة وبالتالي الإنفاق السياحي، ومنه لا بد من تجاوز هذا النقص في صناعة الفنادق الجزائرية والتركيز على متطلبات السياحة الأجنبية لأن التنمية السياحية لا تهدف إلى زيادة عدد السياح، وإنما بالأخص إلى زيادة الإنفاق السياحي.

ث. التوزيع الجغرافي للطاقة الفندقية: التوزيع الجغرافي للطاقة الفندقية يتضح من خلال متوسط نصيب كل قطب سياحي من الطاقة الفندقية المعبر عنها بنسبة مئوية، قطب شمال شرق، قطب شمال وسط، قطب شمال غرب، قطب جنوب شرق، جنوب غرب، وقطب الجنوب الكبير والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 07: التوزيع الجغرافي للطاقة الفندقية حسب الأقطاب السياحية 2015-2017.

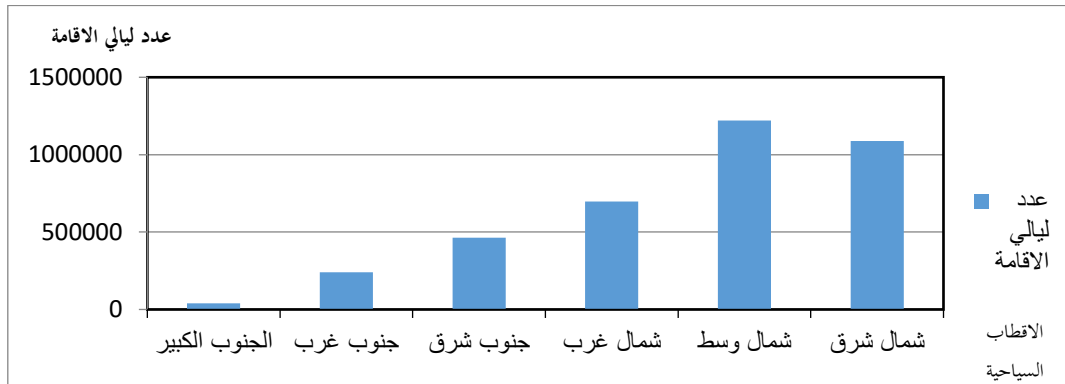
الأقطاب السياحية	شمال شرق	شمال وسط	شمال غرب	جنوب شرق	جنوب غرب	الجنوب الكبير
النسبة المئوية %	25.24	36.11	26.07	6.87	3.88	1.8

المصدر: معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

وجود تركيز في الطاقة الفندقية في بعض النواحي الجغرافية من حدود الوطن، بحيث لا يوجد توازن بين الأقطاب السياحية، فيرتفع عدد الأسرة في الأقطاب الشمالية وتنخفض في الجنوبية منها، ويمثل القطب شمال الوسط أكبر طاقة فندقية (العاصمة ونواحيها) بنسبة 36.11 %، وقطب الجنوب الكبير أقل طاقة فندقية (الجنوب الأقصى للجزائر وضواحيه) بنسبة 1.8 %.

وبمقارنة هذا التوزيع الجغرافي للطاقة الفندقية جانب العرض بالتوزيع الجغرافي لعدد لياالي الإقامة جانب الطلب، نجد أن هناك شبه تطابق في هذين التوزيعين، حيث تتركز الليالي السياحية في الأقطاب الشمالية على عكس الأقطاب الجنوبية (الشكل رقم 03)، حيث تجمع المناطق الشمالية بين التحضر وتوفير كل المرافق الضرورية والترفيه والاستمتاع بالمناظر الخلابة، أين تتجمع الأسواق والحدائق، وتقام المهرجانات، المراكز الاستشفائية نسبة للجنوب، كذلك ما يمكن القول أن هناك قصور نوعاً ما في عرض الخدمات الفندقية بالنسبة للمناطق الجنوبية، مما يعيق سياسة التنمية السياحية الصحراوية، وبالتالي من الضروري القيام بدراسات علمية لتنمية السياحة الصحراوية في الجنوب وتوفير خدمات الإيواء اللازمة، خاصة بالنسبة للمواقع التي تتمتع بميزة نسبية طبيعية وثقافية سياحية والتي من الممكن أن تصبح قطبا سياحيا جذابا في مجال السياحة الدولية.

الشكل رقم 03: توزيع ليالي الإقامة الفندقية حسب الأقطاب السياحية بالجزائر 2015-2017.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على معطيات من وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

ج. الطاقة الفندقية حسب نوعية المنتج السياحي: سيتم التعرف على توزيع الخدمات الفندقية بالجزائر حسب نوعية المنتج السياحي، من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 08: توزيع الطاقة الفندقية حسب نوعية المنتج السياحي 2015-2017.

نوع المنتج	2015	2016	2017	النسبة المئوية %
حضري	62479	66155	69861	62.22
شاطئي	30380	30500	31326	27.90
صحراوي	3636	4780	4928	4.38
معدني	3866	4102	4266	3.79
مناخي	1883	1883	1883	1.67

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

يلاحظ أن المنتج الحضري يستحوذ على الحصة الأكبر فيما يخص عدد الأسرة بنسبة 62.22%، ثم يليه المنتج الشاطئي بنسبة 27.90% والصحراوي 4.38% لمتوسط ثلاث سنوات 2015-2017 حسب ما هو موضح في الجدول رقم 08، كما نلاحظ أيضا أن تطور عدد الأسرة بالنسبة للمنتج الحضري كانت أكبر بالنسبة لباقي المنتجات الأخرى بمتوسط 3500 سرير في السنة، وهي نسبة معتبرة، وهذا ما يفسر توجه السياسة السياحية الجزائرية وتركيزها بنسبة كبيرة على السياحة المحلية، مع إهمالها للسياحة الدولية والتركيز على السياحة الشاطئية والصحراوية، ويبقى هذا غير كافٍ لإبراز المعالم السياحية المتنوعة وخلق طلب سياحي على مدار السنة والتخفيف من سلبية موسميته. وبذلك لا بد من تنمية الأنواع السياحية الأخرى السياحة المعدنية والمناخية والصحراوية وتشجيع عملية الاستثمار السياحي بها.

2.2. تحديات على مستوى الخدمات المقدمة:

أ. ارتفاع أسعار الخدمات الفندقية بالجزائر: تعتبر الأسعار المرتفعة على مستوى الفنادق ومرافق الإيواء أحد العوائق وراء هجرة السياح، وتستحوذ تونس سنويا على 50.42% (وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2018) من السياح الجزائريين، ولا تزال تستقبل أعدادا كبيرة منهم في مقابل هروب لملايين من الجزائريين من السياحة المحلية في موطنهم التي تكلف أصحابها أموال طائلة، ومع ذلك ونظرا لصعوبة جمع معلومات إحصائية عن الأسعار المعروضة من قبل الفنادق، سيتم قياس الأسعار عن طريق مقارنة أسعار بعض الخدمات المقدمة، بين دول الجوار بالجدول التالي:

الجدول رقم 09: مقارنة أسعار خدمات الإيواء في الجزائر مع دول الجوار تونس والمغرب 2018.

الجزائر	المغرب	تونس
63.44	39.03	52.23
168.99	134.94	134.94
38.78	45.40	37.69

Source: www.numbeo.com³

إن الانخفاض الأسعار في تونس، يستقطب السائح الجزائري في ظل ارتفاع أسعار الإقامة في الفنادق الجزائرية، حيث قدرت تكلفة الليلة الواحدة في النزول بـ 63.44 أورو وتونس بـ 52.23 أورو، المغرب بـ 39.03 أورو، وتكلفة الليلة الواحدة في الفندق بـ 168.99 أورو، أما من حيث مؤشر أسعار السفر يبين أن تونس أقل تكلفة من الجزائر والمغرب - موضحة في الجدول رقم 09، وهذا ما يشير إلى أن الرحلة ككل في الجزائر تكلف الكثير مقارنة مع تونس. والأسوأ أن الأماكن السياحية تعرف ارتفاعا فاحشا للأسعار، خاصة في أيام العطل والإجازات والمواسم السياحية بشكل لا يحتمل، مما يدفع الكثير من الأسر للبحث عن أماكن أقل تكلفة، وهذه الأماكن عادة ما تكون خارج حدود الوطن. لذلك على الهيئات المسؤولة مراجعة أسعار الفنادق وكل المرافق السياحية ووضع حد لهذه الظاهرة بما يكفل حماية السائح المحلي والأجنبي، بتكثيف الرقابة على قطاع الإيواء أثناء المواسم السياحية سواء من حيث تقديم الخدمة، أو مراقبة الأسعار ووضع عقوبات صارمة للمخالفين والمستغلين لتحقيق زيادة كبيرة في الأرباح واتخاذ الإجراءات النظامية نحوها .

ب. ضعف جودة الخدمات المقدمة: إن تحسين جودة الخدمات الفندقية يعني الارتقاء بالجودة السياحية للبلد وهذه الأخيرة تتطلب رفع كفاءة العنصر البشري القائم على إعداد وتقديم الخدمات الفندقية من إيواء، خدمات الطعام والشراب، والخدمات التكميلية لها، وهنا لا بد من التركيز على جودة الخدمات وليس توافرها، لأن جودة الخدمات تعني خلق حالة الرضا للسائح مما يزيد في الطلب السياحي، وعليه فإن جودة الخدمة في جهة القصد تعني مقدم خدمة أو كادر سياحي مدرب بشكل جيد ومثقف ومتعلم (حميد عبد النبي الطائي، 2010)؛ وبذلك فإن جودة الخدمات الفندقية تتوقف على جانبين هامين هما الارتقاء بالمستوى التعليمي والتأهيل والتدريب السياحي لمقدمي الخدمات، حيث أن المشكلة التي تواجه جودة الخدمات السياحية في بلادنا تتمثل في ضعف أو تدني الوعي

السياحي لدى العاملين المرتبطين بالسياحة، وكذا الافتقار إلى العاملين المؤهلين والمدربين سياحيًا، ونقص التدريب السياحي بحكم محدودية المؤسسات التعليمية السياحية، بالإضافة إلى أن هناك نقص شديد في الرقابة على الأداء .

إذ أن عدد المراكز التدريبية في الجزائر بسيط جدا، ولا يتجاوز أصابع اليد الواحدة، تمثلت في ثلاثة مدارس أو معاهد وملحق: المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالأوراسي، المعهد الوطني للفندقة والسياحة بتيزي وزو مع ملحق بتلمسان، المعهد الوطني للفندقة والسياحة ببوسعادة، حيث تم تخرج عدد من القوى العاملة السياحية سنويا وبشكل متزايد، وازداد عدد خريجي هذه المعاهد إلى حوالي 9.360 متخرج منذ افتتاحها إلى يومنا هذا، وإن كان العدد قليل بالنسبة لما هو مأمول. أما بالنسبة إلى جودة الخدمات الفندقية فقد يرجع الأمر لانعدام الرقابة وفعالية قوانين الالتزام بالجودة وحماية المستهلك وغياب مصالح الرقابة وقمع الغش، وهو ما يستغله المنتجين والقائمين على تقديم الخدمات. أيضا تهيم القطاع السياحي والدفع به ليوكب الدول المجاورة لن يتحقق إلا بالرفع من مستوى الأداء، مما يتعين على الهيئات المسؤولة، والمؤسسات الفاعلة في هذا القطاع خاصة المؤسسات الفندقية أن تعي بأهمية التكوين والتأهيل، والتركيز على الموارد البشرية لضمان تطوير الخدمات، خاصة أن هذه الحلقة لا تزال مفقودة، في الوقت الذي تعتبر نقطة قوة المؤسسات في الخارج. وبالتالي إعداد وتأهيل القوى العاملة الوطنية ودعم القطاع بما يحتاجه من الموارد البشرية من خلال التوسع في إنشاء المعاهد والكلية السياحية والنظر في احتياجات القطاع من الأيدي العاملة الأخرى، خاصة وأن قدرات التكوين التي يملكها القطاع، لا تسمح له بالاستجابة للطلب المتعاظم على التكوين والتكوين المستمر الناجم عن تطور حجم التشغيل في القطاع.

ت. ضعف في مستوى التقدم والتكنولوجيا المستخدمة: تلعب التكنولوجيا المتقدمة المستعملة دورا كبيرا في زيادة الطلب على الخدمات الفندقية وتطور الصناعة الفندقية، وبشكل خاص في مجال الخدمات المقدمة للمقيم، حيث هناك استعمالات عدة لتكنولوجيا المعلومات والانترنت مثل أنظمة الحجز، حيث يستطيع السائح حجز أو ضمان مكان للإقامة خلال رحلته السياحية في أي مكان في العالم. وقد يتمكن حتى من دفع إيجار الخدمة الفندقية مسبقا⁴، كما انه قد تساعد التكنولوجيا في انجاز الأعمال الروتينية في الفندق وبأقل تكلفة ممكنة وبسرعة فائقة، مما يؤدي إلى زيادة طلب السياح على الخدمات في هذا الفندق (حميد عبد النبي الطائي، 2006). إن استخدام التكنولوجيا الحديثة في الأعمال الفندقية والسياحية تزيد من جودتها وسرعتها وتقديمها على أتم وجه، كما تؤدي إلى خفض التكاليف مما يزيد في الطلب عليها، حيث أنه من الممكن أن تحل التكنولوجيا محل عنصر العمل، مما يمكن أيضا من تسهيل أداء ومراقبة الأعمال الإدارية التي بدورها تزيد من جودة الخدمات المقدمة. كما أن تسويق وترويج المنتجات السياحية لا تتم إلا بإتاحة واستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة والفندقة، حيث تعمل على تسهيل عملية نقل المنتج، وجعله بين أيدي الزبائن السياحيين من عملية تسويق وحجز وتعاقد ودفع وتسوية مالية، حيث يستطيع السائح عن طريق الانترنت معرفة مختلف الخدمات السياحية والمواقع التي يريد زيارتها مع أثمانها، كما يستطيع أيضا وضع مقارنة بين مختلف الخدمات المعروضة، واختيار ما هو انسب منها مما يوفر للسائح لخريطة كاملة عن جولته السياحية، وهذا ما يشجع عملية القيام بالرحلة السياحية، وبالتالي الطلب على مختلف الخدمات

السياحية. و يمكن تجسيد المستوى التكنولوجي للمؤسسات الفندقية في العناصر التالية: الأجهزة والمعدات المستعملة، مهارات الموارد البشرية، البرمجيات المستعملة، شبكات الاتصال وقاعدة البيانات، وفي هذا المجال قال أحد المديرين والعاملون في قطاع الضيافة والأنظمة الذكية: أن الفنادق تتسابق على توفير أحدث الخدمات التكنولوجية لنزلائها، من خلال أنظمة ذكية تكنولوجية حديثة تمزج بين عنصري الترفيه والتقنية، لتوفير الخدمة الأفضل للنزلاء، وتوفر المال والطاقة والوقت في وقت واحد مما يخفض التكلفة، وفي هذا وصلت أحد الفنادق إلى توفير نظام ترفيه خدمي من خلال جهاز تلفاز موصول بمكتب الاستقبال في كل غرفة، يتضمن عروض البوفيه والمطاعم ودليل المعالم السياحية المتوفرة في المدينة والفعاليات وغيرها من الخدمات. مما يسمح للنزيل أن يكون على اتصال بالعالم كله من خلال هذه الخدمات، ومقارنة بالفنادق الجزائرية التي مازالت تعاني انخفاضاً في هذا المجال، مما يجعلنا نتساءل عن الأسباب التي تؤدي إلى ضعف الخدمات الفندقية، هل للباحثين دور في ذلك، أم ضعف البحث العلمي والتكنولوجيا المستعملة في ذلك؟

إن ضعف الإمكانيات البحثية في الجزائر، يؤثر بشكل كبير على مخرجات مراكز البحث العلمي فيها، كذلك عدم مواكبة المؤسسات الخدمية للتقدم التكنولوجي من ناحية، ومن ناحية أخرى عدم تكامل هذه الأجهزة بشكل متناسق، بحيث يربط مخرجات البحث مع بعضها البعض لينتج بحثاً متكاملاً قابلاً للتطبيق والاستفادة منه في تحسين نوعية الخدمات المقدمة. وبمقارنة الجزائر مع بعض الدول على المستوى الإقليمي، يتضح أن الجزائر تحتل مركزاً غير جيد في هذا المجال، الجدول رقم 10، الذي يوضح أن أعداد العلماء والمهندسين والفنيين العاملين في أنشطة البحوث والتطوير في الجزائر، تعتبر منخفضة جداً مقارنة بتونس والمغرب، ونفس الشيء بالنسبة إلى نسبة الإنفاق على البحث والتطوير إلى الناتج القومي الإجمالي في الجزائر، تعتبر هي أيضاً جد منخفضة مقارنة بدول الجوار، أما فيما يخص استخدامها لتكنولوجيا المتطورة كقاعدة للبيانات والمعلومات ومدى انتشار استخدامها، فيتضح من مؤشر عدد مستخدمي الانترنت أن الجزائر مازالت تعاني من ضعف في هذا المجال.

الجدول رقم 10: مقارنة بعض المؤشرات الخاصة بالمعرفة والتكنولوجيا للجزائر مع دول الجوار.

الدولة	الإنفاق على البحث والتطوير (%) من إجمالي الناتج المحلي	عدد الباحثون العاملون في مجال البحث والتطوير (لكل مليون شخص)	الفنيون العاملون في مجال البحث والتطوير (لكل مليون شخص)	عدد مستخدمي الانترنت لكل مليون شخص (سنة 2013)
الجزائر	0.07 (2010)	165	33	2
المغرب	0.73 (2010)	657	48	4
تونس	0.68 (2009)	1,458	41	7

المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي على الموقع: www.worldbank.org

في ظل الوضع الفندقي الراهن، لا يمكننا القول بأنه لا يوجد بحث علمي في الجزائر، والقول القائل بأنّ البحث العلمي في الجزائر متردي أو في تدهور مستمر قول غير صحيح، فحقيقة الأمر أن عدد البحوث العلمية المنتجة في

كل المجالات لا تحصى ولا تعد، فالزيادة المضطردة في طلاب الدراسات العليا وأساتذة الجامعات مؤشر حقيقي لزيادة الإنتاج العلمي، لكن الوضع المتردي الذي تعاني منه الجزائر في هذا المجال، يمكن إرجاعه إلى نقص ثقافة تطبيق البحث العلمي لدى المؤسسات بشكل عام، والوعي بأهمية هذا العامل في نجاحها والبلوغ إلى تنافسية مؤسسات الدول المتقدمة الأخرى، كما أنه لا يمكن أن ننسى الحلقة المفرغة التي تتوسط مراكز البحث والجامعات والمؤسسات الخدمية والصناعية والمخططات التنموية لها دور أساسي في ذلك.

وبذلك، إن من ضمن أهم متطلبات المجال الفندقي والسياحي هو الوصول إلى مراتب عالية في ابتكار التقانات المتقدمة والتقدم التقني والتكنولوجي، ولا يتم ذلك إلا بتفعيل رسالة الجامعات في تنشيط حركة البحث العلمي، وربطه بقضايا تنمية وتحسين جودة الخدمات الفندقية، وفتح قنوات التعاون والتنسيق والاتصال بين الجامعات والهيئات المسؤولة عن القطاع السياحي.

أما بالنسبة للصناعة السياحية، يمكن القول أن هناك قصور في مصادر المعرفة المتعلقة بصناعة السياحة، حيث لا توجد مراكز أبحاث متخصصة لخدمة مجال السياحة، وتنحصر الجهات التي تعتبر مصدرا للأبحاث والدراسات والبيانات عن السياحة في وزارة السياحة وبعض الأجهزة التابعة للدولة مثل الديوان الوطني للإحصائيات، وحتى وإن كانت فيغلب عليها طابع الاختلاف واللا دقة، غير أنها غير مفصلة بالإضافة إلى الرسائل والأبحاث التي تقوم بها في الجامعات والمعاهد.

3.2. تحديات على مستوى الانجاز:

أ. ضعف وتأخر عملية الانجاز للاستثمارات السياحية: حسب تصريحات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار قدر عدد المشاريع السياحية المسجلة والمقررة للفترة 2002-2017 بـ 1266 مشروع بـ 1228830 مليون دج، وكانت نسبة المشاريع المنجزة تتراوح من 1 إلى 2 % وبـ (195 مشروع منجز) من مجموع المشاريع المقررة، منها 60% متوقفة أساسا بسبب التمويل، والباقي لم تنطلق أساسا بسبب غياب مخططات التهيئة بمناطق التوسع السياحي؛ والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 11: حصيلة الانجاز للمشاريع السياحية للفترة 2002-2017 - مليون دج.

عدد المشاريع المقررة	المبلغ المالي	عدد العمال	عدد المشاريع المنجزة	المبلغ المالي	عدد العمال	نسبة الانجاز
1266	1228830	43871	195	135595	77158	2-1 %

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار على الموقع: www.andi.dz

وحسب تصريحات وزارة السياحة والصناعات التقليدية، وبالإضافة إلى مشكل التمويل الذي يعرقل مسار عملية الانجاز، هناك مشكل آخر يتمثل في أن اغلب المشاريع الاستثمارية الخاصة التي تقام في مناطق خارج مناطق التوسع السياحي المقررة، مما سيؤدي إلى الإنشاء العشوائي السياحي ويعيق دون بلوغ أي أهداف سياحية مسطرة.

وفي هذا المجال يمكن القول أن رغم ما قامت به الجزائر من سياسات إصلاحية والمزايا المتعددة والحوافز، إلا أن المؤشرات تؤكد حقيقة مخيبة، هي أن الاستثمار لم يتقدم بالشكل المطلوب والمأمول، بل على العكس أن رجال الأعمال الجزائريون يرفضون فكرة الاستثمار في بلادهم وبالأخص في المجال السياحي، أو أنهم يفتقرون إلى المعرفة بقوانين الاستثمار وكافة الحوافز المقدمة خاصة في مجال السياحة، كذلك تنعدم ثقتهم بالمستقبل السياحي الجزائري والأرباح المنجوة عنه.

ب. ضعف الاستثمار الأجنبي السياحي: تساهم السياحة في جذب المستثمرين إلى الدول التي لها جاذبية ومناخ ملائم للاستثمار خاصة بالنسبة للدول التي لها القدرة على الجذب السياحي، وذلك لفتح المجال أمام المستثمر الأجنبي لضخ أمواله في مشاريع سياحية وإنشاء فنادق، وقد ساهمت السياحة الجزائرية في جذب استثمار أجنبي بنسبة 5,09% من مجموع حجم الاستثمار الأجنبي المخصص لكل القطاعات (www.andi.dz)، مما يفسر ضعف الإقبال الأجنبي على الاستثمار في السياحة الجزائرية، ويؤدي بنا هذا للتساؤل إذا كان هذا الضعف ناجم عن ضعف الاستثمار الأجنبي بشكل عام في الجزائر؟ أم بشكل خاص فقط في المجال السياحي.

الجدول التالي يوضح حجم تدفقات الاستثمار الأجنبي بالجزائر مقارنة مع دول الجوار؛

الجدول رقم 12: تطور تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر ودول الجوار (2010-2017). مليون دولار.

الدول	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الجزائر	2 301	2 581	1 499	1 684	1 507	-584	1 635	1 203
المغرب	1 574	2 568	2 728	3 298	3 561	3 255	2 157	2 651
تونس	1 513	1 148	1 603	1 117	1 064	1 003	885	880

Source: United Nations Conference on Trade and Development, Disponible sur le site; www.unctad.org.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أنه في الوقت الذي عرفت فيه الاستثمارات الأجنبية المباشرة تحسنا في تونس والمغرب، تراجعت في الجزائر، وتواجه الجزائر انكماشا في حصيلة الاستثمار الأجنبي، مما أثر سلبا في مستويات وتباطؤ نشاطات القطاعات الاقتصادية، بالخصوص التي تعتبر من الأولويات التنموية للاقتصاد الجزائري، والتي من بينها القطاع السياحي، حيث انهارت التدفقات الاستثمارية الوافدة بصورة كبيرة جدا سنة 2012، بعدما بلغت 581 مليون دولار أمريكي سنة 2011 لتتطور بعد ذلك سنتي 2013 و2014 لتنهيار مرة أخرى سنة 2015 بـ -584 دولار، وترتفع من جديد سنتي 2016 و2017. وفيما يخص حصيلة الاستثمار الأجنبي في الجزائر، فإنها تعاني من انخفاضها مقارنة مع باقي دول الجوار المغرب وتونس قبل فترة الانتفاضات السياسية واللامن، بالرغم من اتخاذ الحكومة الجزائرية إجراءات تحفيزية لتطوير السياحة في البلاد، وهذا ما يثير التساؤل عن السبب الذي يجعل المستثمرين الأجانب يفضلون التوجه إلى دول الجوار تونس والمغرب على غرار الجزائر لإنجاز مشاريعهم في مقدمتهم أصحاب الفنادق والمستثمرين في قطاع السياحة، وما لوحظ مؤخرا هو توجه حتى المستثمرين الجزائريين إلى الأسواق

الإفريقية بدلا من السوق المحلية، حيث بلغ الاستثمار الجزائري الخارجي حوالي (584-) مليون دولار لسنة 2015.

من خلال تحليل بعض مؤشرات المناخ الاستثماري بالجزائر مقارنة مع دول الجوار، يتضح أن الجزائر تعتبر من الدول التي تتميز ببطء كبير في بدء وممارسة الأنشطة التجارية، إذ قد تصل إلى 18 يوم في حين في المغرب وتونس لا تتعدى 9 أيام فقط، حيث قامت هذه الأخيرة بتعزيز دور وإمكانية تقديم والقيام بمجمل الإجراءات من خلال شبكة الانترنت، على عكس الجزائر التي تجعلك تتعب من التعقيدات الإدارية والإجراءات المفرطة، وهو ما يدفع رجال الأعمال إلى الاستثمار في تونس والمغرب من دون الجزائر، أما من حيث الضرائب فتعد الجزائر أكثر تكلفة من حيث الضرائب وفي مراتب أعلى من تونس والمغرب، إذ تتعدى نسبة 66% من الأرباح وأقلها تكلفة ضريبية المغرب 49.8%، حيث قامت السلطات المغربية بتخفيف الأعباء الإدارية والضريبية التي تحملها الشركات وتقديم تخفيضات في هذا المجال. كما يتضح أيضا أن دول المغرب العربي متفارة من حيث المدة الزمنية التي تتطلبها عملية التصدير 17-14 يوم، في حين تتفاوت هذه المدة في عملية الاستيراد، وتحتل الجزائر مرتبة متقدمة مقارنة بباقي الدول، أما من حيث التكاليف فإن الجزائر من أعلى الدول تكلفة سواء استيرادا أو تصديرا، حيث تصل تكلفة التصدير ضعف ما هو مطبق في كل من تونس والمغرب (1,248 دولار للشحنة)، وتحتل تونس مرتبة متقدمة في تكلفة الاستيراد، إذ لا تتعدى 783 دولار في حين في الجزائر تقدر بـ 1,248 دولار، ما يجعل الفارق كبيرا مقارنة بدول الجوار.

كذلك تتميز الجزائر ببطء مدة الاستيراد حيث تصل هذه المدة في الجزائر إلى 23 يوم، أما في المغرب تصل إلى 17 يوم وفي تونس بـ 21 يوم، مما يتضح أنه هناك فارق كبير بينها وبين الجزائر وهذا عامل له أثر كبير في جذب الاستثمارات الأجنبية وإقامة المشاريع بصفة عامة (www.worldbank.org, 2018). ورغم ما قامت به الحكومة من إصلاحات ومزايا وحوافز متعددة (قوانين المالية لسنوات 2009 و 2011 و 2013 و 2015)، خاصة فيما يتعلق بتخفيض نسب الفوائد على القروض الاستثمارية، بالإضافة إلى تسهيلات الحصول على العقار)، إلا أن غالبية مؤشرات التجارة وإقامة الاستثمارات بالجزائر باللون الأحمر، لتصنف بذلك من بين الدول الأكثر تعقيدا لإقامة المشاريع والأعمال، وتحتل المرتبة 14 عربيا، في حين أن الدول المجاورة في مراتب جد متقدمة خاصة تونس التي تحتل المرتبة السادسة عربيا والمغرب المرتبة الثالثة، مما يجعل الجزائر تسجل أقل نسبة من الاستثمارات مقارنة مع دول الجوار. أيضا ما يتم تأكيده، عدم ثقة المستثمر الأجنبي في ربحية ومردودية ونجاح السياحة في الجزائر نتيجة للأوضاع الأمنية، التي تؤثر بصفة كبيرة على الطلب السياحي الدولي الوافد والمحلي وضعف الخدمات السياحية، واعتبرت في ذلك الجزائر من ضمن 43 دولة الأخطر في العالم، فيما يتعلق بالسلم والأمن الاجتماعيين حسب تقرير الأمم المتحدة (تحتل المرتبة 109 من بين 163 دولة) (Global Peace Index, 2018).

الخاتمة:

يساهم النشاط السياحي في تنمية العديد من المجالات، الاقتصادية، الحضرية، التعليمية، وفي البناء العمراني لكثير من البلدان، كما يدفع بالتنمية الاقليمية والبشرية، ويعمل كذلك على تطوير البنية التحتية وتنمية القطاعات الصناعية والمهنية، وتطوير الصناعات التقليدية والمنتجات الزراعية، الغذائية والتجارية، خدمات النقل وغيرها، والنهوض بالعملية الاستثمارية لمختلف المرافق والقطاعات المرافقة للنشاط السياحي وخلق فرص العمل وجلب العملة الصعبة، التي تمكن البلدان من زيادة مداخيلها والقضاء على عجز موازينها، إلا انه عند تحليل هذه المساهمة في الاقتصاد الوطني وجدنا أن مساهمته تعد جد ضئيلة، خاصة إذا ما قورنت مع اقتصاديات الدول المجاورة تونس والمغرب.

ولعل نقطة البداية في محاولة تحسين مردودية القطاع السياحي ستكون بدءا من القطاع الفندقي باعتباره يستحوذ أكبر نسبة من الإنفاق السياحي، والذي يعاني من العديد من العراقيل التي تؤول به إلى دون المستوى المطلوب من السياح واحتياجاتهم السياحية، منها ما هو على مستوى ما هو متوفر من الخدمات الفندقية، ومنها ما هو على مستوى ما هو في الإعداد، والتي يمكن إجمالها فيما يلي:

- الجزائر ما زالت تعاني من انخفاض في عدد مرافق الإيواء مقارنة مع تونس والمغرب.
- غالبية الفنادق ترجع إلى الفنادق الخارجة عن التصنيف وهي ليست من النوع الراقي.
- الجزائر مازالت تهتم بزيادة عرض الفنادق للفئات ذات الدخل المحدود بشكل كبير، وبنسبة أقل لفئة الدخل المرتفع والمتوسط.
- تركز الطاقة الفندقية في بعض النواحي الجغرافية من حدود الوطن، بحيث لا يوجد توازن بين الأقطاب السياحية، فيرتفع عدد الأسرة في الأقطاب الشمالية، وتنخفض في الجنوبية منها، مما يؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي عليها، وما يمكنه القول أن هناك قصور نوعا ما في عرض الخدمات الفندقية بالنسبة للمناطق الجنوبية مما يعيق سياسة التنمية في السياحة الصحراوية.
- توجه السياسة السياحية الجزائرية وتركيزها بنسبة كبيرة على السياحة المحلية، مع إهمالها للسياحة الدولية والتركيز على السياحة الشاطئية والصحراوية.
- السياحة الداخلية في الجزائر لا زالت ضعيفة وباهظة الثمن، إذ أن المواطن يهرب من الأسعار المرتفعة للخدمات الفندقية، وتدني مستوى الخدمة وضعف المرافق السياحية وسوء التعامل إلى الأسواق السياحية المجاورة.
- المشكلة التي تواجه جودة الخدمات السياحية في بلادنا تتمثل في ضعف أو تدني الوعي السياحي لدى العاملين المرتبطين بالسياحة، وكذا الافتقار إلى العاملين المؤهلين والمدربين سياحيًا، ونقص التدريب السياحي بحكم محدودية المؤسسات التعليمية السياحية، بالإضافة إلى أن هناك نقص شديد في الرقابة على الأداء .

- إن ضعف الإمكانيات البحثية في الجزائر، يؤثر بشكل كبير على مخرجات مراكز البحث العلمي فيها، كذلك عدم مواكبة المؤسسات الفندقية للتقدم التكنولوجي من ناحية، ومن ناحية أخرى عدم تكامل هذه الأجهزة بشكل جيد للاستفادة منها في تحسين نوعية الخدمات المقدمة.
 - بالنسبة للصناعة السياحية يمكن القول، أن هناك قصور في مصادر المعرفة المتعلقة بصناعة السياحة، حيث لا توجد مراكز أبحاث متخصصة لخدمة مجال السياحة والفندقة، وحتى في البيانات غير متوفرة، وحتى إن توفرت فيغلب عليها طابع الاختلاف وعدم الدقة.
 - ضعف وتأخر عملية الانجاز للاستثمارات السياحية، 60% منها بسبب التمويل، والباقي لم تنطلق أساسا بسبب غياب مخططات التهيئة بمناطق التوسع السياحي.
 - ضعف الاستثمار الأجنبي السياحي، بنسبة 5,09% من مجموع حجم الاستثمار الأجنبي المخصص لكل القطاعات يرجع العراقيل التي تضعها السلطات المحلية في وجه الراغبين في دخول السوق الجزائرية، وعدم ملائمة المناخ الاستثماري للاستثمار المحلي والأجنبي مقارنة مع دول الجوار.
 - الأوضاع الأمنية التي تعاني منها الجزائر تؤثر بصفة كبيرة على الطلب السياحي الدولي الوافد والمحلي، حيث اعتبرت الجزائر من ضمن 43 دولة الأخطر في العالم فيما يتعلق بالسلم والأمن الاجتماعيين، حسب تقرير الأمم المتحدة (تحتل المرتبة 109 من بين 163 دولة).
- ونخلص في نهاية هذا البحث، وتبعاً للتحليل لبيانات العرض الفندقي، وكذلك لوضعية القطاع السياحي إلى جملة من التوصيات أهمها:
- ان الفترة الحالية مناسبة لوضع مختلف الآليات في مجالات الاستثمار والتكوين وترقية المقومات السياحية، التي تزخر بها بلادنا وكذا ضبط النشاطات السياحية، ووضع الأطر الفنية والقانونية اللازمة لزيادة وتيرة تنمية الاستثمارات في القطاع وبالأخص الحظيرة الفندقية.
 - التركيز في العرض الفندقي على الأصناف الأقل درجة، مستقبلاً غير مناسب لهذا النمط من السياح، ومن الأفضل الاتجاه إلى الزيادة والرفع من طاقة الإيواء ذات الدرجات المرتفعة، والزيادة في مستوى جودة خدماتها لمقابلة زيادة الطلب عليها، والرفع من السياحة الأجنبية الوافدة.
 - من الضروري القيام بدراسات علمية لتنمية السياحة الصحراوية في الجنوب وتوفير خدمات الإيواء اللازمة، خاصة بالنسبة للمواقع التي تتمتع بميزة نسبية طبيعية وثقافية سياحية، والتي من الممكن أن تصبح قطبا سياحيا جذابا في مجال السياحة الدولية.
 - لا بد من تنمية الأنواع السياحية الأخرى، كالسياحة المعدنية والمناخية والصحراوية، وزيادة العرض الفندقي بها، مع تشجيع عملية الاستثمار السياحي بها.
 - على الهيئات المسؤولة مراجعة أسعار الفنادق وكل المرافق السياحية، ووضع حد لظاهرة ارتفاع الأسعار بما يكفل حماية السائح المحلي والأجنبي، بتكثيف الرقابة على قطاع الإيواء أثناء المواسم السياحية سواء من حيث تقديم

الخدمة أو مراقبة الأسعار، ووضع عقوبات صارمة للمخالفين والمستغلين لتحقيق زيادة كبيرة في الأرباح واتخاذ الإجراءات النظامية نحوها .

- تحفيز نظام الرقابة وفعالية قوانين الالتزام بالجودة وحماية المستهلك، مما يستغله المنتجين والقائمين على تقديم الخدمات، لتهيئة القطاع السياحي والدفع به ليواكب الدول المجاورة، خاصة بما تتمتع به مقومات ومكانة هامة.
- يتعين على الهيئات المسؤولة، والمؤسسات الفاعلة في هذا القطاع خاصة المؤسسات الفندقية أن تعي بأهمية التكوين والتأهيل والتركيز على الموارد البشرية، لضمان تطوير الخدمات، خاصة أن هذه الحلقة لا تزال مفقودة، في الوقت الذي تعتبر نقطة قوة المؤسسات في الخارج، وبالتالي إعداد وتأهيل القوى العاملة الوطنية ودعم القطاع بما يحتاجه من الموارد البشرية، من خلال التوسع في إنشاء المعاهد والكلبات السياحية.
- إن من ضمن أهم متطلبات المجال الفندقي والسياحي هو الوصول إلى مراتب عالية في ابتكار التقانات المتقدمة والتقدم التقني والتكنولوجي، ولا يتم ذلك إلا بتفعيل رسالة الجامعات في تنشيط حركة البحث العلمي، وربطه بقضايا تنمية وتحسين جودة الخدمات الفندقية، وفتح قنوات التعاون والتنسيق والاتصال بين الجامعات والهيئات المسؤولة عن القطاع السياحي.
- خلق مناخ استثماري ينافس ويتفوق على مراكز جذب الاستثمارات خاصة المجاورة، وذلك بتبسيط الإجراءات وشفافية المعاملات، وإبراز الميزات النسبية لمناطق المشروعات الاستثمارية السياحية، وعمل حملات إعلامية ذات أداء عالي للمجال السياحي والاستثماري على حد سواء خاصة للمناطق الصالحة للمشروعات.

قائمة المراجع:

- محمد أمين محي الدين السيد علي، 1998، إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، دار وائل للنشر، الاردن، الطبعة الاولى، ص 53.
- الطائي حميد عبد النبي ، (2001)، تطوير نموذج شمولي لتفسير سلوك السائح في اختيار جهة قصد محددة من خلال استثمار نماذج السلوك الريادية والمحدث (دراسة تحليلية)، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد السادس عشر، العدد السادس، الأردن، ص 250.
- الطائي حميد عبد النبي ، (2006)، مدخل الى ادارة الفنادق، مؤسسة الوراق، الاردن، ص 44.
- منى بنت حامد ابراهيم حامد موسى، دراسة مستوى إنفاق الاسرة السعودية على خدمات السياحة الترفيهية وعلاقته بتخطيط موردها المالي، اطروحة دكتوراة في الاقتصاد المنزلي، المملكة العربية السعودية: جامعة الملك عبد العزيز، 2005، ص 96.
- الجمهورية، يومية وطنية إخبارية، متوفرة على الموقع: www.eldjournhouria.dz ، التصفح 30 جانفي 2019.
- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار على الموقع: www.andi.dz.

- تقرير ممارسة أنشطة الأعمال، البنك الدولي، (2018) على الموقع: www.worldbank.org ص 184، 190، 210.
- وزارة السياحة والصناعات التقليدية، (2018)، الجزائر، متوفرة على الموقع: www.mta.gov.dz، تصفح في 2019/03/13.
- وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الجمهورية التونسية (2018)، متوفرة على الموقع: www.tourisme.gov.tn، تصفح في 2019/05/02.
- وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، المملكة المغربية، (2018)، متوفرة على الموقع: www.tourisme.gov.ma، تصفح في 2019/05/02.
- Global Peace Index, (2018), Measuring the state of global peace, Institute for Economics and Peace; P.95
- Mustafa Akal, Economic Implications of International, Tourism on Turkish Economy, Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism Volume 5, Number 1, 2010, p 133.
- Travel and Tourism Economic Impact, World Travel and Tourism Council, (2018), Algeria, P 01-07.
- Travel and Tourism Economic Impact, World Travel and Tourism Council, (2018), Morocco, P 05-07.
- Travel and Tourism Economic Impact, World Travel and Tourism Council, (2018), Tunisia, P 07.
- World Tourism Organization, (2018), online: <http://www2.unwto.org>.
- www.numbeo.com, consulté le 05/02/2019.
- www.worldbank.org, consulté le 05/02/2019.
- www.unctad.org, consulté le 05/02/2019.

الهوامش:

¹ المساهمة الناتجة عن النشاطات الناتجة عن إنفاق الأجور والدخول المكتسبة من خلال التوظيف المباشر وغير المباشر لدى المنشآت السياحية والأنشطة السياحية والقطاعات الأخرى.

² طالع الجريدة الرسمية رقم 77، القانون رقم 01-20، الصادرة بتاريخ 15 ديسمبر 2001: "وهذا ما جعلها تأخذ بأحكام ميثاق التنمية السياحية المستدامة لسنة 1995 في إستراتيجيتها الجديدة والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية طبقا للقانون رقم 01-02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، الذي يهدف إلى تنمية مجموع الإقليم الوطني.

³ Numbeo : أكبر قاعدة بيانات في العالم من مستخدمي البيانات حول المدن والبلدان في جميع أنحاء العالم. يوفر المعلومات الحالية وفي الوقت المناسب على الظروف المعيشية العالم بما في ذلك تكاليف المعيشة، ومؤشرات الإسكان، والرعاية الصحية، وحركة المرور، والجريمة والتلوث.

⁴ وهذا ما يعرف بالسياحة الالكترونية، ولمزيد من التفصيل انظر المرجع: بختي ابراهيم، شعوبي محمد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 07، 2009-2010، ص 276.